

## BAB V

### PENUTUP

#### 1. KESIMPULAN

Di era sekarang ini *visual merchandise* menjadi salah satu faktor penting untuk menunjang tingkat penjualan produk. Ditengah maraknya persaingan industri-industri dalam segala bidang, *visual merchandise* adalah salah satu solusi untuk menciptakan ciri khas dari masing-masing industri, terutama dalam bidang *life style*. Visual merchandise berfungsi untuk menanamkan sugesti ingatan dalam bentuk visual bagi para konsumen.

Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data baik literatur dan dokumentasi serta analisis data mengenai karakter perusahaan serta kepribadian tokoh Brigitta Queen. Perancangan ini juga bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan serta penjualan produk Brigitta Queen.

Kesimpulan perancangan ini adalah bahwa suasana toko dan *visual merchandising* Piratez Merch dengan tema produk Brigitta Queen dirancang sesuai dengan karakter yang dimiliki oleh Piratez dan Brigitta Queen. Untuk itu, perancang mengangkat suasana kapal bajak laut pada toko Piratez sebagai *image* toko tersebut yang terkenal dengan karakter bajak lautnya serta gaya *victorian* dan sebagai perwakilan karakter produk Brigitta Queen tersebut. Selain itu terdapat pula representasi bentuk kostum dan alat – alat *marching band* sebagai pelengkap *merchandise* Piratez Merch sebagai pembangun suasana.

Dalam perancangan suasana toko tersebut, perancang lebih mengutamakan *visual merchandising* seperti *packaging*, *furniture*, media promosi, tata letak *display*, warna dinding toko yang menarik, cahaya ruangan, musik yang diperdengarkan dalam toko sesuai dengan karakter Brigitta Queen tersebut yang bertujuan untuk memperkuat dan mempengaruhi kesan pengunjung terhadap citra perusahaan serta meningkatkan penjualan produk bertema Brigitta Queen tersebut.



## 2. SARAN

Penggalian data yang valid sangat penting dalam menciptakan sebuah *visual merchandise* yang akan sangat berhubungan dengan produk-produk barang yang akan dipasarkan. Kemasan baik warna, elemen bentuk, gaya visual akan sangat mempengaruhi nuansa ruang yang dibutuhkan. Akan lebih baik lagi jika tata visual tersebut tidak cuma bisa dinikmati melalui penglihatan tetapi juga bisa dirasakan, sehingga sugesti ingatan dari toko tersebut dapat melekat lama di benak konsumen.



# DAFTAR PUSTAKA

## 1. Buku

Barr, Vilma and Charless E. Broudy, FAIA. 1990. *Designing to Sell*. USA : McGraw-Hill

Berman, Barry and Joel R. Evans. 2001. *Retail Management 8<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentice Hall International

Dunne, P. M., Lusch, R. F. & Griffith D. A. (2002). *Retailling* 4th ed. Ohio; South Western, A Division of Thomsom Learning.

Levy, Michael and Barton Weitz. 1998. *Retail Management*. USA : McGraw-Hill

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsimen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Grossbart, Sanford, Hampton, Ronald, Rammohan, R and Lapidus, Richard S. 1990. *Environmental Decisions and Customer Response to Store Atmospherics*

## 2. Tautan

- [http:// piratezmerch.blogspot](http://piratezmerch.blogspot)
- <http://okyreymontha.blogspot>
- <http://andradogaru.com/wp-content>
- <http://cosplaybuy.com/images/cosplay-costume>
- [http:// bekas.com/sites/default/files/113672](http://bekas.com/sites/default/files/113672)
- [http:// pdk.or.id/wp-content/uploads/2012/04/B-bajak-laut](http://pdk.or.id/wp-content/uploads/2012/04/B-bajak-laut)
- <http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2012/07/02>
- <http://usm.edu/news/sites/default/files>

- <http://2.bp.blogspot.com/-d65gxqGUDgM/UW-VN7Zs7XI>
- <http://www.bauwerk-parkett.com/parquet-images>
- <http://image.dhgate.com/spot-light.jpg>
- [http://listrikshop.com/product\\_images/scb01.jpg](http://listrikshop.com/product_images/scb01.jpg)

